
H. TOMESZ TÍMEA

A SPORTKOMMUNIKÁCIÓ ELMÉLETE

*„Az ember közös dolgai révén közösségekben él,
és a kommunikáció az, ami által birtokolni tudja e közös dolgokat”*
(John Dewey)

1. Bevezetés

A köztudatban a sportot elsősorban a motorikus tevékenységekkel kapcsolják össze, hatékonyságát, eredményességét is jobbára objektív paraméterekkel igazolják. Mindenképpen elgondolkodtató azonban, hogy a cselekvések tanulása, végrehajtása kommunikációs folyamatban, a kommunikáció eszköztárával és módszereivel érhető el, tehető hatékonyabbá.

Az ember nem elszigetelten, hanem közösségek tagjaként él. A közösségi létehez szükséges a koordináció, az, hogy tagjai folyamatos kapcsolatban legyenek egymással. A kapcsolattartás azonban nem csupán az egyének szükséglete, a közösségi koordinációt, a közösség működését is kapcsolatok teszik lehetővé.

A kommunikáció jelentése mára – a gyakori használatnak köszönhetően – meglehetősen kitágult. Tágabb értelemben mindenféle közlést kommunikációnak tartanak, szűkebb értelemben a kommunikáció csak az emberek sajátja. Multidiszciplináris tudomány, definiálása, leírása nagyban függ attól, hogy melyik tudományterület elméleti keretében vizsgáljuk¹, de a kommunikáció működését a kommunikációtudományon belül is többféleképpen látják. A következőkben öt jelentősebb kommunikációfelfogást mutatok be röviden (tranzakciós, interakciós, szemiotikai, participációs, rituális), kitérve arra is, hogy milyen – sporthoz kapcsolódó – kommunikációs helyzetek leírására kínálnak keretet.

2. A kommunikáció értelmezései

A korai kommunikációs modellek az információ átadását, **tranzakcióját** tették központi kategóriává. Az adó szerepét hangsúlyozzák, ő határozza meg a célt, ami csak számára látható, a kommunikáció ilyen formán aszimmetrikus

¹ Az információelmélet felfogásában egy információforrás jelek segítségével információt továbbít. A pszichológia elsősorban a hatást vizsgálja, a szociológia arra fókuszál, hogy miként történik az információátadás a társadalom tagjai között a különböző társadalmi rendszerekben. A nyelvtudomány értelmezésében pedig az emberek közötti gondolatcserét jelöli.

folyamat. Tevékenysége arra irányul, hogy információt, üzenetet juttasson el az adótól a vevőhöz, és akkor lesz sikeres, hatékony, ha az átadás a legteljesebb formában, torzítás nélkül történik. A siker érdekében a kezdeményező fél cselekvési stratégiát dolgoz ki, a tervezett hatásból indul ki (mit akarok és kitől), s ezen hatás optimális eléréséhez alakítja a kommunikatív folyamat jellemzőit, összetevőit (Andok 2013: 18).

Az **interakciós modellek** a kommunikáció folyamatát tartják fontosnak, a résztvevők egy közös cél elérése érdekében cselekszenek. A kommunikáció szimmetrikus, a szerepek nem rögzítettek, a cél közös, tehát minden résztvevő számára ismert. A kommunikációs helyzet elemeit, normáit közösen alakítják, módosítják. A közös cselekvésnek mindig lesz valamilyen információban kifejeződő eredménye (Andok 2013, Balázs–H. Tómesz–H. Varga 2013, Horányi 1999).

A **szemiotikai iskola** a kommunikációt jelentések cseréjeként értelmezi, arra kíváncsi, hogy a kommunikációban résztvevők miként rendelkeznek jelentést, értelmezést a jelekhez. Fókuszában az üzenet, illetve annak olvasata áll, valamint a befogadó, aki az üzenetet alkotó jelek értelmezésében fölhasználja saját kulturális tapasztalatait. A szemiotikai irányzat szerint a társadalmi interakció során válik az egyén egy bizonyos kultúra tagjává (Balázs–H. Tómesz–H. Varga 2013, Forgó 2010).

Horányi Özséb a kommunikációt a problémára való felkészültség perspektívájából vizsgálja. Felfogásában (**participációs modell**) a kommunikációt az emberek arra használják, hogy felismerjék életükben a problémás helyzeteket, és közösen megoldják azt (Horányi 1999). Abból az elgondolásból indul ki, hogy az embereknek szüntelenül problémákkal kell szembenézni, és elemi érdekük, hogy ezekre a problémákra megoldást találjanak (például egy mérkőzésen hogyan juttatható a labda a hálóba). A kommunikáció az ágens (kommunikátor) egy lehetséges állapota (nem pedig folyamat), amely a probléma felismeréséhez és megoldásához szükséges többlettudás elérhetőségét jelenti. Ennek a tudásnak legitimnek, mindenki által elfogadhatónak kell lennie (stratégia kidolgozása egy-egy mérkőzés előtt, szabályok alkalmazása sportban). A legitim tudáskeret tehát nem eleve adott, hanem kulturális-társadalmi eredetű (Andok 2013: 21). A modellben a mindenkori ágens van kitüntetett helyzetben, akkor tekinthető hatékonynak a kommunikáció, ha a többlettudás számára a legkönnyebben elérhető, illetve a többlettudások közül a legjobbhoz fér hozzá (Horányi 2006).

A kommunikáció **rituális elméletének** megalkotója, James W. Carey (2003) úgy véli, hogy a kommunikáció szimbolikus folyamat, amely a valóság kialakítását és fenntartását szolgálja. E felfogás szerint a kommunikáció célja nem az üzenetek térben való továbbítása, hanem a társadalom időbeli összetartása, nem az információközlés, hanem a közös meggyőződések reprezentációja. Minden kommunikáció dráma, amelyben bizonyos szerepeket vállalunk vagy nem vállalunk, és soha nem az információszerzés kedvéért kommunikálunk, hanem azért, hogy megerősödjön bennünk egy adott világnézet. Olyan fogalmakkal kapcsolható össze, mint „kölcsonös megosztás”, „részvétel”, „egyesülés”,

„szövetség” és az „általános hit birtoklása”. A kommunikációnak elsősorban a társadalmi vonatkozásaira fókuszál, nem a hatásra vagy a funkcióra, hanem a bevonódásra.

Az egyes modellek, iskolák nem szembenállnak egymással, hanem a kommunikáció más-más aspektusára összpontosítanak. Valójában létrehozzák azt, amiről azt állítják, hogy leírják². A tranzakciós megközelítés az üzenet átadására fókuszál, ebben a modellben jól bemutatatható, leírható például az a kommunikációs helyzet, amikor az edző üzenetet küld a következő hét edzésrendjéről. Az interakciós modellekben a folyamat a lényeges, ami a közös cél eléréséhez vezet, tehát az edző–szülő megbeszélésének vagy edző–sportoló tárgyalásának leírására ez alkalmasabb. Egy-egy mérkőzés kommunikációs bemutatása, taktikai jelzéseinek leírása a szemiotikai, míg az olimpiai események a rituális modell segítségével értelmezhetők leginkább.

Ahhoz, hogy a kommunikáció sportbéli szerepéről átfogó képet tudjunk adni, olyan elméleti keretre van szükség, amely komplex vizsgálatot tesz lehetővé. A kommunikáció rituális modellje ilyen, hiszen képes mind a mikroszintű (személyközi) kommunikáció rituális elemeinek, mind pedig a makroszintű (társadalmi, kultúráközi) kommunikáció leírására. És nem csupán az offline kommunikációra, hanem a médiakommunikációra is (Andok: 2017: 9).

3. Rítusok a mindennapokban

A rítusok jelen voltak már az emberi társadalmak legkorábbi formáiban is. A születések körül, a házasságkötésekkor, a gyógyításokban, háborús előkészületekben, olimpiai játékokban. De míg a tradicionális társadalmakban elsősorban a vallási rítusokban jelentek meg azok a szimbólumok, amelyek magukba sűrítették, ami a világról tudható, addig a modern társadalmakban egyre inkább szekuláris formában valósul meg, követve a nyilvános kommunikáció formái és tartalmi változásait (Neulinger 2013: 103).

A rítusok a kommunikáció ismétlődő és leegyszerűsített epizódjai (Alexander 2009: 26). A társas viselkedés sajátos formái, melyeket elsősorban szimbolikus jelentéstöbbletük különböztet meg más közösségi cselekvésektől. A rítus a személyt egy csoporthoz és annak hagyományaihoz köti kifejező és megerősítő, strukturáló szerepével. Az eredeti (szakrális) jelentése – visszatérő szokás, szoros kapcsolatban a vallás megnyilvánulásaival – mára jócskán kitágult (vö. Voigt 2010). Formai jellemzőit Neulinger Ágnes (Moore és Myerhof 1977 nyomán) a következőképp rendszerezi (2013: 105):

2 A tranzakciós modell például létrehozza és fenntartja az aszimmetrikus kommunikációs helyzetet, a hatalom és kontroll érdekében, a technológia és bürokrácia szolgáltatában (Andok 2013: 22).

- Valamilyen alkalomnak, tartalomnak, formának vagy ezek kombinációjának az ismétlése.
- Olyan aktív részvétel, amely elsősorban valamilyen szerepnek a betöltését, átélését jelenti.
- Olyan magatartás, amely sajátos viselkedés és szimbólumhasználat révén valósul meg, de jelentheti megszokott cselekvések és szimbólumok szokatlan használatát is. A lényeg, hogy a rituális szertartás szokatlan és figyelemfelkeltő, különbözik a mindennapi gyakorlattól.
- Olyan tevékenység, amely szervezett rendben, előírások szerint zajlik, megszabott kezdéssel és befejezéssel.
- Olyan kifejező bemutatás vagy előadás, amely figyelmet és koncentrációt igényel. Jellemzően szimbólumok felhasználásával valósul meg.
- A rituáléban megjelenik a közösségi dimenzió, amely a csoport számára jelentéssel bíró társadalmi üzenetet rejt magában.

A rítusok a szimbolikus jelentés-létrehozást szolgálják, formalizáltak, nyilvánosan megfigyelhetők és felismerhetők az azonos kultúrához tartozók számára, társas cselekvések (Andok 2017: 10). „A rítus hatása és érzelmi telítettsége a szándékok és tartalmak közös értelmezésére és az interakció saját, belső érvényességére épül. A rítus energiával tölti fel a résztvevőket, kötődéseket hoz létre köztük, növeli azonosulásukat a kommunikáció szimbolikus értelmével, illetve fokozza a kapcsolat intenzitását a résztvevők, a szimbolikus tartalmak és a közönség, vagyis általában a teljes közösség tagjai között” (Alexander 2009: 26). Antropológiai kutatások igazolják, hogy a rítusok kialakítása fontos összetartója és tudáshordozója az emberi társadalmaknak. Az állatok viselkedését kutató Csányi Vilmos ezen túlmenően úgy véli, hogy a viselkedési mintázatok, a felhasznált szimbólumok gazdagsága és egymással történő összefonódása egy aktív dinamikus rendszer is, amely a benne foglalt ismeretek és hiedelmek újbóli érzelmi elfogadását és memorizálását is lehetővé teszi (Csányi 2000: 147).

Rítusok nem csupán társadalmi eseményekhez kapcsolódnak, a hétköznapijaink is tele vannak rituális megnyilvánulásokkal. Ilyen például egy gratuláció vagy üdvözlés, de kedvenc sportolónk vagy csapatunk biztatása is tartalmaz rituális elemeket. Minden olyan kommunikációs megvalósulás, amikor a forma a hangsúlyosabb, a kivitelezés lényeges az interakció érvényességében és sikerességében. A kommunikáció sok esetben elsődlegesen rituális funkciójú, és majdnem minden esetben tartalmaz rituális elemet. A kommunikációt rítusként felfogó elmélet foglalkozik a szerkezettel, a szabályozással, a szerepekkel, normákkal, orientációkkal, értékekkel, jelentésekkel, mindezt pedig a szimbólumhasználaton keresztül teszi. „Azt vizsgálja, miként működnek a szimbolikus formák, hogyan szabályoznak, miként hoznak létre jelentést, értékeket” (Andok 2017: 19).

A rítusok többféle csoportosításával találkozhatunk a szakirodalmakban. A francia Bourdieu egyértelműen szociológiai jelenségként fogja fel, és a legitímációs rítusokat (*rite de légitimation*), a szentesítő rítusokat (*rite de consécra-*

tion) és az intézményesítő rítusokat (*rite de institution*) tartja a három fő, egymástól megkülönböztetendő csoportnak (vö. Voigt 2010: 221). Bocock (1974, idézi: Neulinger 2013: 108) szintén három típusát különbözteti meg. A nemzeti rítusok egy nemzet történetéhez, sorsfordulóhoz kötődnek, az életciklusrítusok a nemzeti rítusokkal együtt lehetőséget adnak annak megértésére, hogy a modern ipari társadalmak hogyan viszonyulnak vagy nem viszonyulnak az emberi testhez, testiséghez, úgymint a szexualitás és a születés, a betegség és a halál. A művészi rítusok pedig az előadó és a közönség közötti szimbolikus kapcsolatot erősítik (sportrendezvények). Wolin és Bennett (1984) ünnepségekről, hagyományokról és minták szerinti interakciókról beszél. Az ünnepségek jellemzője, hogy ritkán, évente néhány alkalommal rendezik meg (ilyenek például a nemzeti és vallási ünnepek), és ezeket az adott kultúrában mindenki ugyanakkor és ugyanúgy ünnepli. A hagyományok gyakorlására gyakrabban kerül sor, ilyenek a születésnapok, évfordulók, nyaralások, amelyek részben mindenkire jellemző közös jegyekkel, részben egyéni, egyedi jellemzőkkel is bírnak. A minták szerinti interakciók pedig heti vagy akár napi rendszerességgel zajlanak, úgymint a közös étkezések vagy a rendszeres hétfégi programok. Az emberi élet fordulóihoz, fontos állomásaihoz, átmeneteihez kötődő hagyományos szokásokat Van Gennep (1960/2007) átmeneti rítusoknak nevezi. Ezek a rítusok az emberi együttélés, a közösségi létben az egymáshoz való alkalmazkodás feltételrendszerét hordozzák. Az átmeneti rítusok három szakaszra tagolhatók: az első a szeparáció, elkülönülés, ahol az egyén elszakad korábbi szerepeitől és kapcsolataitól. Ezt követi a liminalitás (átmenet) fázisa, amelyben az egyén korlátozott ideig részese lehet a kultuszokban megnyilvánuló közösség élményének. A harmadik, utolsó szakasz pedig a visszafogadás szakasza, azaz a beépítő fázis. Ebben a szakaszban az egyén új tudása birtokában visszatér eredeti életvilágába, de már új, megváltozott, többnyire magasabbnak értékelt státuszban. A szerző az átmeneti idő bemutatására az ajtón való átlépés hasonlatát használja, ahol az ajtó elválasztja és össze is köti az új és a régi világot. Az ajtó innenső oldalán találhatók az elválási rítusok, míg a túloldalon a befogadási rítusok. Az átmenetet pedig magán az ajtón való átlépés fejezi ki. (Átmenet például egy játékos egyik klubtól a másikhoz igazolása vagy az ifjúsági csapatból a felnőtthez kerülése.)

A rítusok szimbolikus jellegét hangsúlyozza Levi-Strauss, Mary Douglas, Malinowski és Clifford Geertz is (részletesebben Andok 2017, Neulinger 2013). Andok Mónika a rituális kommunikáció tanulmányozásához két fő kategóriát jelöl meg (2017: 16): egyrészt a *formális rítusokat, szertartásokat*, amelyeket különleges helyen és időben tartanak, különleges figyelmet vonzanak (például a különböző versenyek, csapatmérkőzések), valamint a *formalizált hétköznapi tevékenységeket* (mint a reggeli futás vagy a napi edzés).

A rituális megközelítés tehát a kommunikáció minden kontextusának vizsgálatában megfelelő keret lehet. „Hiszen az emberek párként, családként vagy egy szervezet tagjaként rituális elemek segítségével határozzák meg önmagukat, hozzák létre és tartják fenn identitásukat, alakítják ki társas viszonyaikban

és cselekvéseikben a határokat, vagy visznek végbe egy újraegyesítést” (Andok 2017: 17–18). A rítusok fontos funkciója, hogy átláthatóvá, kezelhetővé, értelmezhetővé teszik az időt. Azáltal, hogy időről időre megismétlődnek, biztosítják egy közösség (társadalom) működését, megerősítik, reprezentálják identitását, közös emlékezetet hoznak létre (például a 6:3-as mérkőzés).

4. Rítus és sport. A sportkommunikáció elmélete

A sport, a különböző sportesemények a tradicionális és modern társadalmak rítusainak tekinthetők (vö. Hoppál 1982: 334, Péter 2010). Olyan tevékenység, amely vallási rítusok részeként, játékként vagy szórakozásként az emberi kultúráknak mindig is meghatározó része volt. A sport, sportolás egyfajta kulturális univerzálé, az adott kor jellemző lenyomatát adja. Egy-egy társadalom mozgáskultúrájának vizsgálata során meglehetősen pontos kép rajzolódik ki a szóban forgó időszak értékrendszeréről, szabályairól és az emberek jellemző tulajdonságairól (Pólusné 2013: 25).

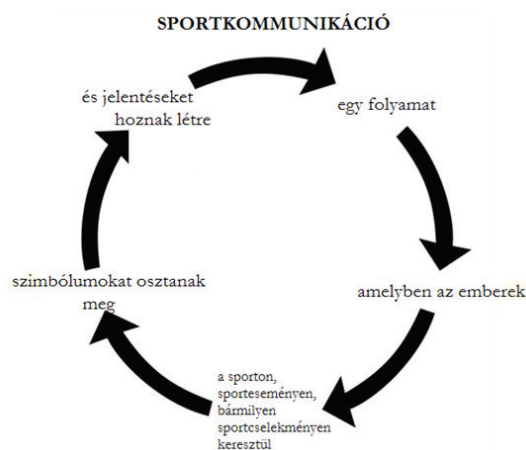
A sport történelmi tapasztalatokon és normákon alapuló játékos és szimbolikus cselekvésforma, emocionális töltettel rendelkezik, értékközvetítő, identitáserősítő és identitást reprezentáló. A sportban is megtaláljuk a sajátos cselekvési logikát, a kialakult formális szerveződések, az állandósult szerepeket, a belső normák rendszerét, amelyek révén láthatóvá válik, hogy milyen is, hogyan működik az adott társadalom (Laczkó 2015: 17).

A sport és kommunikáció kapcsolatának, illetve a kommunikáció sportbéli szerepének feltárásakor a kutatások jobbra a sport, illetve sportoló média-kommunikációjára fókuszálnak, és viszonylag kevés szó esik (főként a hazai szakirodalomban) a kommunikáció személyközi, valamint közvetlen formáiról. Pedig a sikernek legalább olyan fontos összetevője a testnevelő-diák, edző-sportoló, sportszakember-sportoló együttműködésének minősége, az edző tudatos, adekvát kommunikációja (az instrukciók pontos megfogalmazása, motiváció, értékelés), mint a szakmai és módszertani fölkészültsége, vagy a diák/sportoló tehetsége, kitartó, fegyelmezett munkája.

Tény, hogy a sportról és a sportban folyó diskurzusokat ma már nehéz elválasztani a médiától, gondoljunk csak egy-egy mérkőzés vagy verseny közvetítésére, értékelésére, sportolók reflexióira, azokra a közösségi médiás csoportokra, amelyek bizonyos sporttevékenységhez kapcsolódnak, esetleg a sport egészségmegőrző szerepét hirdető blogokra. A sportkommunikáció azonban túlmutat ezeken, a kommunikáció szerepét nem lehet csupán a sport és média viszonylatában vizsgálni. A sportkommunikáció definícióját nem lehet pusztán a sporthoz kapcsolódó üzenetekre korlátozni (Pedersen és mtsai 2016: 180), hiszen a sportkommunikáció túlmutat ezeken, például egy közösségi médiában posztolt üzeneten vagy egy újság sportrovatán. Persze magában foglalja ezeket is, illetve az egyes szövegekben megjelenő reprezentációkat, de az interperszonális kapcsolatok, egy-egy csapaton belüli interakciós háló éppúgy a vizsgá-

lat körébe tartozik, mint a szurkolókkal való kapcsolattartás vagy a személyes és csapatimázs építése.

A legáltalánosabb megközelítésben azt mondhatnánk, hogy a sportkommunikáció a sporttal kapcsolatos, valamint a sporthoz szorosan nem kapcsolódó információk cseréje. Azonban ahhoz, hogy a sportkommunikációról átfogóbb képet tudjunk adni, ettől összetettebb megközelítésre van szükség. Amennyiben a kommunikációra úgy tekintünk, mint szimbolikus folyamatra, amely a valóságot kialakítja és fenntartja, akkor *a sportkommunikáció olyan folyamat, amelyben a sportolók vagy a sporttal valamilyen kapcsolatban állók interakcióik során szimbólumok cseréjével jelentéseket hoznak létre*. Pedersen és mtsai ezt a folyamatot a következő ábrával szemléltetik:



Forrás: Pedersen és mtsai 2016: 181.

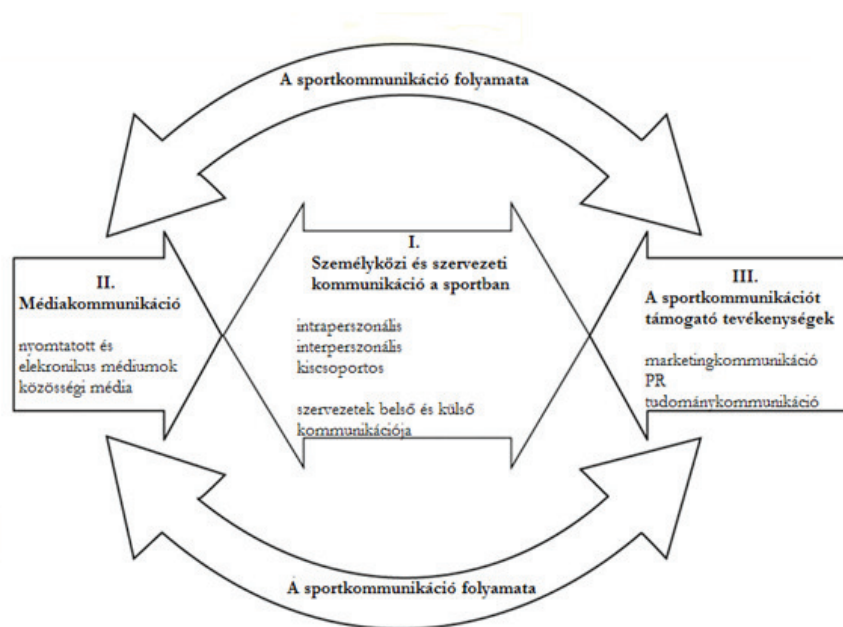
A szerzők a modell minden egyes elemét részletesebben is magyarázzák.

Folyamat. A sportkommunikáció dinamikus folyamatként, az üzenetek előállításának és közvetlen vagy közvetett továbbításának folyamataként értelmezhető, amely aktív és interaktív. Ez a folyamat számos változót foglalhat magában, így például a kommunikátor személyisége, státusza, szakértelme, megbízhatósága, fizikai jellemzői, egyénekhez vagy csoporthoz fűződő viszonya. A részvételt befolyásolja a résztvevők előzetes elvárása, tudásszintje (ismeretei), motivációja. A folyamatot a kommunikációs helyzet, a tartalom, a befogadást pedig a szelektálás (vö. i. m. 183–185). A közvetett kommunikációs formák esetében fontos lehet a kapuőrök szerepe is, hiszen döntéseik hatással vannak a tartalomra és folyamatra egyaránt.

Résztvevők. A sportkommunikáció résztvevői lehetnek a sportesemények iránt érdeklődő, de egyébként nem sportoló emberek, elkötelezett szurkolók, közösségek, sportolók, sportszakemberek, sportegyesületek, médiaszakemberek.

Sport, sportcselekmény, sportesemény. Pedersen és mtsai (i. m. 207–209) a sportkommunikáció három területét nevezik meg, amelyek egymással is szoros kapcsolatban állnak. Az első terület a személyközi, illetve közvetlen kommunikáció a sportban. Ide sorolják az intraperszonális, interperszonális és kiscsoportos kommunikációt, valamint a szervezetek belső és külső kommunikációját. A második terület a sport médiakommunikációja, ahol a különböző nyomtatott és elektronikus médiaplatformok jelennek meg, a harmadik terület pedig sportkommunikációt támogató tevékenységek és rendszerek területe, mint a PR, marketingkommunikáció, kríziskommunikáció, kutatások vagy tudománykommunikáció.

Az általuk említett területeken kívül további fontos vizsgálati kérdés lehet a kultúraközi kommunikáció megjelenése a sportban – úgy is, mint kulturális hatások a sportágakban, például a keleti kultúrák sportágainak megjelenése a nyugati világban; úgy is, mint kultúrák találkozása egy csapatban, egy-egy sportrendezvényen stb. Lényegesek lehetnek továbbá a politika és sport kapcsolatának kommunikációs vonatkozásai, vagy a globalizáció sportra gyakorolt hatásának kommunikációs vizsgálata.



Forrás: Pedersen 2016: 209

A sportkommunikáció kutatási előzményeit mindhárom területen megtaláljuk hazánkban is. Legkutatottabb talán a sportgazdaság, sportmarketing területe (András 2003, Stocker-Szabó é. n., Ács 2015), de a sport és média kapcsolataira vonatkozó vizsgálatokat is találhatunk (Gáldiné 2007, Urbán 1997). Jelentős

hiány mutatkozik viszont a közvetlen kommunikáció jellemzőinek feltárásában, csupán a sportpedagógiában, valamint egy-egy sportághoz kapcsolódóan találjuk meg nyomait (Révész–Bognár–Géczi 2007, Révész–Bognár–Csáki–Trzasz-koma-Bicsérdy 2013).

Szimbólumok kialakítása. Az ember számára a tudást szimbólumok közvetítik, és az ember is szimbólumokban fejezi ki tudását. A szimbólumok egyrészt tudáshordozók, másrészt tudásfeltételeket alkotnak (Geertz 1994: 47–48). Legtágabb értelemben a szimbólum a szóval, fogalommal azonos, hiszen ezek segítségével kapcsoljuk össze, amit tapasztalunk, észlelünk egy hangsorral³.

A sportban a szimbólumok az identitás kialakítói, megerősítői és őrzői, értéket hoznak létre, rítusokat alakítanak (Pedersen 2016: 197). Szimbólumként működnek például a történetek, azok a narratívák, amelyek egy klub, sportág, de akár egy nemzet identitását is erősíthetik (pl. Puskás Öcsi történetei). De szimbolikusak a sport formalizált, ismétlődő eseményei (pl. a himnuszok elneklése, az olimpia megnyitása), egy-egy sportág szaknyelve, egy csapat stratégiai jelzései vagy tárgyasult szimbólumai (pl. olimpiai gyűrű, egy klub címere).

Jelentések megosztása. A szimbólumhasználat szabályai alapján lehet megérteni a gondolkodási folyamatokat. Nem csupán kifejeznek, determinálnak is, meghatározzák azt, hogyan viselkedünk (Geertz 1994: 47–48). Az emberek mozgásait, viselkedését akkor érthetjük meg igazán, ha ismerjük azt a szimbólumrendszert, amelyben működik. A szimbólumok közösséget teremtenek a csoport tagjai között, kollektív történetek és rítusok által. A rítusok egyes kutatók szerint az érzelmi összehangolódást alakítják a csoporton belül, az együttérzést, az összetartozás tapasztalatát (vö. Csányi 2000), míg mások szerint a kognitív kategóriákat alakítják azáltal, hogy „a kognitív kategóriákat szelektálják, esetenként sűrítik az emberi gondolkodás, tapasztalat és cselekvések kategóriáit – láthatóvá téve ezeket a társadalmi összekapcsolódás fontos pillanataiban” (Andok 2017: 36).

A sportkultúra tehát a szimbólumokban megtestesülő jelentések történetileg közvetített mintáit foglalja magában, amelyek segítségével az emberek megőrzik és állandóan fejlesztik tudásukat (vö. Andok 2017: 53).

5. Összegzés

A sportkommunikáció tehát a szimbólumokban megtestesülő jelentések történetileg közvetített mintáit foglalja magában, amelyek segítségével az emberek megőrzik és állandóan fejlesztik tudásukat (vö. Andok 2017: 53). A sport

3 A szakirodalomban többféle szimbólumdefinícióval találkozhatunk, melyeket Kapitány Ágnes és Kapitány Gábor két nagyobb kategóriába sorol: „az emberi gondolkodás egyfelől fogalmakat alkot, ezekbe sűrítve tulajdonságaikat, megnevezi a világ elemeit (= elsődleges szimbolizáció), másfelől e fogalmakat (illetve az immár fogalmakkal, nevekkel jelölt érzékelt jelenségeket) összekapcsolja másokkal, s egyiket valamilyen szempontból a másik helyettesítésére használja (= másodlagos szimbolizáció) (Kapitány – Kapitány 2016: 5–6).

kommunikációs helyzeteinek többsége olyan interakció, amelyben a kapcsolat kifejeződése, az erőviszonyok, szerepek demonstrálása fontosabb, mint az információtartalma. Ezeknek az üzeneteknek a kommunikációs elemzéséhez jó elméleti keretet kínál a rituális modell. Annál is inkább, mert a sport valamennyi helyzettípusa vizsgálatára alkalmas.

Irodalom

- Alexander Jeffrey C. 2009. A társadalmi performansz kulturális pragmatikája: ritualitás és racionalitás között. (Fordította: Gagy Ágnes.) In: Horváth Kata – Deme János (szerk.): *Társadalmi performansz*. (Színház és pedagógia: Elméleti és módszertani füzetek.) Káva Kulturális Műhely – anBlok Egyesület. Budapest. 26–69.
- Andok Mónika 2013. A hatékonyság fogalma eltérő kommunikációs modellekben. In: Balázs László és H. Varga Gyula (szerk.): *A hatékony kommunikáció*. Hungarovox Kiadó. Budapest. 18–24.
- Andok Mónika 2017. *A kommunikáció rituális elmélete*. Gondolat Kiadó. Budapest.
- András Krisztina 2003. *Sport és üzlet kapcsolata. Elméleti alapok*. Műhelytanulmány. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem. Budapest.
- András Krisztina 2003. Üzleti elemek a sportban, a labdarúgás példáján. PhD-értekezés. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem. Budapest.
- Ács Pongrácz (szerk.) 2014. *Sport és gazdaság*. PTE. Pécs.
- Balázs László – H. Tomesz Tímea – H. Varga Gyula 2013. *A kommunikáció elmélete és gyakorlata*. Gramma Kiadó. Eger.
- Carey, James W. 2003. A kommunikáció kulturális megközelítése. In: Kondor Zsuzsa – Fábri György (szerk.): *Az információs társadalom és a kommunikáció-technológia elméletei és kulcsfogalmai*. Századvég Kiadó. Budapest. 252–270.
- Csányi Vilmos 2000. A kognitív funkciók fejlődése: rítus, szabály, idő. *Replika* 40: 145–164.
- Forgó Sándor 2010. *Kommunikációelmélet – Kommunikációs ismeretek*. for-gos.unieszterhazy.hu/wpcontent/tananyagok/fs_komm_egyetemi/obj/ie_0055_0_0_0/0055_0_0_0.htm
- Gáldiné Gál Andrea 2007. *Sport és társadalmi nem a 21. század elején a média tükrében Magyarországon*. PhD-értekezés. Semmelweis Egyetem. Budapest.

- Geertz, Clifford 1994. Az ideológia mint kulturális rendszer. In: uő. *Az értelmezés hatalma*. Antropológiai írások. Századvég Kiadó. Budapest. 22–62.
- Gennep, Arnold van 2007. Átmeneti rítusok. L'Harmattan Kiadó. Budapest.
- Hoppál Mihály 1982. „Parttalan folklór?” *Korunk* május, 330–336.
- Horányi Özséb 1999. A személyközi kommunikációról. In: Béres István – Horányi Özséb (szerk.): *Társadalmi kommunikáció*. Osiris Kiadó. Budapest.
- Horányi Özséb (szerk). 2006. *A kommunikáció mint participáció*. Typotex Kiadó. Budapest.
- Kapitány Ágnes – Kapitány Gábor: A szimbólumok és a szimbolizáció kérdései a kulturális antropológiában I., *Antroport Lapozó*, www.antroport.hu/wp-content/uploads/2016/03/Kapitany-Szimbolizacio-I..pdf
- Laczkó Tamás – Rétsági Erzsébet (szerk.) 2015. *A sport társadalmi aspektusai*. PTE. Pécs.
- Moore, Sally. F. – Myerhoff, Barbara. G. 1977. Introduction: Secular Ritual: Forms and Meanings. In Moore, Sally. F. – Myerhoff, Barbara. G. (eds.): *Secular Ritual*. Assen. Van Gorcum & Comp. 3–24.
- Neulinger Ágnes 2013. Világi rítusok, családi rítusok. *Szociológiai Szemle* 3: 102–120.
- Pedersen, Paul M. – Laucella, Pamela – Kian, Edward – Geurin, Andrea (eds.) 2016. *Strategic Sport Communication*. (Second Edition.) Human Kinetics.
- Péter László 2010. „Ha kell, akkor meghalunk a pályán”. A foci mint jelenség: a mai román labdarúgás mint szimbólum és társadalmi rítus. *Erdélyi társadalom* 8/1–2: 9–28.
- Révész László – Bognár József – Géczi Gábor 2007. Kiválasztás, tehetség és pedagógiai értékek az úszásban. *Új Pedagógiai Szemle*. 57/6: 45–53.
- Révész László – Bognár József – Csáki István – Trzaskoma-Bicsérdy Gabriella 2013. Az edző-sportoló kapcsolat vizsgálata az úszás sportágban. *Magyar Pedagógia* 113/1: 53–72.
- Stocker Miklós – Szabó Ágnes 2012. *A nemzetgazdasági versenyképesség sport-szakmai és gazdasági aspektusai. Műhelytanulmány*. Budapesti Corvinus Egyetem. Budapest. unipub.lib.uni-corvinus.hu/866/1/TM7_Stocker_Szabo.pdf
- Urbán Ágnes 1997. Sportüzlet, média és társadalom. *Jel-Kép* 1: 15–22.
- Voigt Vilmos 2010. Rítuskutatás a kortársi folklorisztikában (és ehhez némi távlatok). *Magyar Egyházzene* 18/3: 219–24.